

نقاشان و ماعوامالنس

میزگرد بر سر جایگاه اجتماعی نقاشان

با حضور دکتر اعظم راوندی، دکتر بهنام کامرانی و محمدرضا میردلی

تعمیر

اگر به ازای اسم هر پنجاه هنر پیشه‌ی سینمای کشورمان فقط نام یک نقاش را می‌دانید، اگر تاکنون به یک گالری یا نمایشگاه هنرهای تجسمی هم نرفته‌اید، اگر بر حسب اتفاق با یکی از آثار نقاشی یک نقاش مدرن ایرانی مواجه شده و پس از تلاشی چند دقیقه‌ای برای درک معنای اثر، جز گفتن «خب که چی!» کار دیگری انجام نداده‌اید، اگر برای تهیه‌ی تابلوی اتاق پذیرایی به میل فروشی رفته و با انبوه نقاشی‌های نقاشان چینی مواجه شده‌اید... و چندین و چند اگر دیگر، شاید بهتر باشد پیرسیم: جامعه‌ی ما به نقاشان (و به طور کلی هنرمندان) چه نیازی دارد؟ یا به عبارت دقیق‌تر: نقاشان چه نیازی از جامعه را برطرف می‌کنند؟ اگر نقاشان نباشند چه می‌شود؟ آیا هنرمندان ما همچنان می‌خواهند روشنفکران جامعه باشند؟

در این جلسه، که اداره‌ی بحث را آقای مریدی بر عهده داشتند، یک جامعه‌شناس هنر با یک نقاش به گفتگو پرداختند تا شاید بتوانیم پاسخ سئوالاتمان را از خلال این گفت‌وگو بیابیم.

مخاطبان نقاشی و عمومی سازی هنر

۴ آقای مریدی: جناب آقای کامرانی، شما پیش از آنکه مدرس دانشگاه باشید، یک نقاشید. آیا می‌توانید به تجربه، یک تیپولوژی از مخاطبانان در نمایشگاه‌هایی که داخل کشور برگزار کردید، به ما ارائه بدهید؟ یا به عبارت دیگر، مخاطبان نقاشی در کشورمان چه کسانی هستند؟

دکتر کامرانی: طبیعتاً نوع مخاطبان با توجه به مکانی که نمایشگاه در آن برگزار شده، متفاوت بوده است. مثلاً من با بعضی از دوستان، نمایشگاهی برگزار کردیم، که هدفش شرکت عموم مردم در آن بود، و روش کار به صورت «نقاشی در فرآیند» بود که نقاشی در طول برگزاری نمایشگاه انجام می‌شد، گالری لاله بود که نزدیک پارک لاله است، که طبیعتاً مخاطبان آن از قشرهای مختلف بودند؛ اما من اعتقاد دارم که اساساً نقاشی و دیگر هنرهای تجسمی در همه‌ی اعصار یک هنر نخبه‌گرا بوده است. اکنون در کشور ما نیز بیشتر طبقه‌ی متوسط خریدار آثار هنری هستند؛ دلیل آن‌هم این است که پیشرفت زبانی زیادی در هنر معاصر صورت گرفته و سبب شده است که نزدیک شدن به آن و درک معنای آن نیازمند دانش باشد و مشخص است که همه‌ی افراد این دانش را ندارند. این پیچیدگی مختص هنرهای تجسمی نیست، و مثلاً در شعر، تحول زبانی سبب شده است که درک شعر معاصر نیز نیازمند دانش ادبی باشد؛ مثلاً در طول سال‌ها، عبارت «رُخس طلوع کرد» تبدیل شده است و اگر کسی این پیشینه را نداند منظور شاعر معاصر را درک نمی‌کند. اگرچه هنرهای تصویری بسیار بیشتر از هنرهای بلاغی یا هنرهای دارای پیرنگ داستانی تأویل پذیر است، ولی با این وجود می‌تواند با همه‌ی افراد ارتباط برقرار کند و هرکس که با آن مواجه می‌شود می‌تواند برداشتی از آن داشته باشد؛ اما کسانی می‌توانند با آن بهتر ارتباط برقرار کنند که دارای آن دانش باشند. باید تذکر بدهم که آموزش این دانش به مردم و سعی در جذب مردم به اثر هنرمند و وارد کردن هنر در زندگی مردم، وظیفه‌ی هنرمند نیست، بلکه نهادهای هنری، وسایل ارتباط جمعی، و کتاب و مجلات باید این کار را انجام دهند؛ اتفاقی که در کشورهای توسعه‌یافته رخ می‌دهد؛ آن‌ها از هنرمندانشان یک «آیکون» می‌سازند و او را به عنوان قهرمان و نخبه‌ی کشورشان معرفی می‌کنند. در ابتدا اثر هنرمند به واسطه‌ی جنبه‌ی «پاپ» یا روزمره آن وارد زندگی مردم می‌شود، که شاید این وارد شدن به خاطر معنای آن نباشد، بلکه صرفاً به خاطر ظاهر آن و هماهنگی‌اش با لوازم منزل خریداری شود، اما در مرحله‌ی بعد توجه به معنا و محتوای اثر جلب می‌شود و اینجاست که آن نهادهای واسطه و کتاب‌ها و مجلات به مردم در درک بهتر آن اثر کمک می‌کنند.

۴ آقای مریدی: غالباً گفته می‌شود که سواد بصری در سطح عموم مردم پایین است. اکنون که هنرمندان، افزایش سواد بصری را کار خود نمی‌دانند، چگونه این امر می‌تواند محقق شود؟
دکتر راودراد: این مسئله وقتی پیش می‌آید که ما قائل به لزوم عمومی کردن هنر و نزدیک کردن جامعه‌ی هنرمندان به عموم مردم باشیم. چون جامعه‌ی هنرمندان به نوبه‌ی خود یک فضای اجتماعی است که در آن تبادل فرهنگی صورت می‌گیرد و در ضمن تأثیرات اجتماعی نیز دارد، زیرا اگرچه مردم زیاد با آثار هنری آشنا نیستند ولی به هنرمندان اعتماد دارند و همین امر تأثیرات اجتماعی زیادی به جا می‌گذارد. ممکن است کسی همین تأثیر گذاری غیر مستقیم را کافی بداند.
من فکر می‌کنم عمومی کردن هنر هیچ منافاتی با وجود حوزه‌ی

تخصصی هنر ندارد، بلکه فقط رابطه‌ی هنرمند و مخاطب را به شکل منطقی تری تبدیل می‌کند و سبب می‌شود درجات مختلف ذائقه‌ی هنری، از درجه‌ی خیلی پایین تا خیلی بالا، در بین مخاطبان به وجود بیاید. برخلاف وضعیت فعلی که شاهد یک شکاف عظیم بین حد بالای ذائقه‌ی هنری و حد پایین آن هستیم؛ حد بالای طیف جمعیت بسیار اندکی، که غالباً خود هنرمندان و شاگردانشان هستند، را شامل می‌شود، و حد پایین آن شامل جمعیت گسترده‌ی عموم مردم می‌شود که اگرچه با مباحث نظری هنر بیگانه‌اند اما به هنر علاقه دارند. مثلاً همه‌ی مردم تعدادی تابلو نقاشی به دیوار منزلشان نصب کرده‌اند، اما معمولاً کیفیت آن آثار از نظر هنری نازل است.

عمومی شدن هنر سبب ارتقاء سطح فرهنگی عمومی جامعه، که هنر نیز ذیل آن است، می‌شود اما این مسئله منوط به سیاست‌گذاری‌های اجتماعی است. مثلاً پس از انقلاب سینما برخلاف نقاشی - مورد توجه خاص سیاست‌گذاران برای تأثیر گذاری بر مردم قرار گرفت؛ چون مردم در حال و هوای انقلاب و جنگ از نقاشی‌های انتزاعی و نقاشی‌های فاقد معنای اجتماعی، مثل نقاشی از طبیعت، رویگردان شدند و نقاشی‌هایی با موضوعات مرتبط با اهداف انقلاب و در دوران جنگ با مضامینی چون ایثار و شهادت مورد توجه آنان قرار گرفت و نقاشی‌های دیگر در نظر آنان تمسخرآمیز جلوه می‌کرد، در این شرایط سیاست‌گذاران به جای آنکه زمینه‌های ارتباط مردم با انواع نقاشی را فراهم کنند، به سینما، که عموم مردم به راحتی می‌توانستند با آن ارتباط برقرار کنند، توجه کردند و آن را مورد حمایت قرار دادند.

سیاست‌گذاری، حلقه‌ی مفقوده‌ی عمومی سازی هنر

۴ آقای مریدی: من در مطالعاتی که انجام دادم متوجه شدم که غالب نقاشان اعتقاد دارند که برای مردم نقاشی می‌کنند، ولی سطح مواجهه‌ی مردم با نقاشی کم است. البته مردم به این مواجهه علاقه‌مندند ولی حلقه‌های مفقوده‌ی وجود دارد که سبب کم شدن این مواجهه می‌شود، که یکی از آن‌ها سیاست‌گذاری است. به نظر شما مکانیزم ارتقاء ذائقه‌ی عمومی، برای درک آثار نخبه‌گرایانه چیست؟
دکتر کامرانی: به نظر من، چون سیاست‌گذاران ما یک نگاه تبلیغاتی نسبت به هنر دارند و همچنین تصور می‌کنند اگر انتقادی در هنر صورت بگیرد قطعاً برضد حکومت خواهد بود، و البته بودجه‌ای هم که برای کلا فرهنگی در اختیار دارند بسیار کم است، چندان توفیقی نخواهند داشت. خوشبختانه هنرهای تجسمی به دلیل عدم وجود سیاست‌گذاری دستکاری از طرف دولت به رشد و پیشرفت موجود رسیده است. بهتر است به جای آن، به نهادهای واسطه و رسانه‌ها، مخصوصاً صدا و سیما، توجه کنیم.

نقش نهادهای هنری واسطه و NGOها در نزدیک کردن مردم، هنرمندان و سیاست‌گذاران فرهنگی به هم بسیار حائز اهمیت است. این نهادها در سطوح مختلف تلاش می‌کنند تا مردم را جذب آثار هنری کنند؛ مثلاً در دهه‌ی ۵۰ میلادی در آمریکا، برای اینکه مردم به جای تلویزیون جذب موزه‌ها بشوند، دست به تغییر کاربری موزه‌ها زدند و آن‌ها را از مکان‌های خشکی که فقط در آن آثار هنری در معرض نمایش قرار داده می‌شدند به ارگانیزم زنده‌ای بدل کردند که در کنار آن‌ها پارک کودک و فروشگاه آثار هنری مصرفی وجود دارد.
متأسفانه رسانه‌ها و مخصوصاً صدا و سیما، با توجه به حوزه‌ی نفوذ گسترده‌ای که دارند، تقریباً هیچ کاری برای هنرهای تجسمی انجام نمی‌دهند؛ چه در برنامه‌های مخصوص هنر و آموزش آن و چه در برنامه‌های دیگر که در هر صورت حاوی یک محتوای بصری است،

دو نگاه

کامرانی: من اعتقاد دارم که اساساً نقاشی و دیگر هنرهای تجسمی در همه‌ی اعصار یک هنر نخبه‌گرا بوده است. اکنون در کشور ما نیز بیشتر طبقه‌ی متوسط خریدار آثار هنری هستند؛ دلیل آن‌هم این است که پیشرفت زبانی زیادی در هنر معاصر صورت گرفته و سبب شده است که نزدیک شدن به آن و درک معنای آن نیازمند دانش باشد

بسیار ضعیف عمل می‌کند و اساساً از ارائه‌ی صورت‌های جدید تصویری پرهیز می‌کند. مشکل اصلی کمبود سواد بصری ما، که اساساً مشکلی شهری و نه روستایی است، از همین کمبود مواجهه با گونه‌های مختلف تصویر، و آموزش نحوه‌ی این مواجهه، در رسانه‌ها و نظام آموزشی ما ناشی می‌شود.

دکتر راودراد: سیاست‌گذاران برای عمومی کردن هنر دو روش در اختیار دارند: یکی از طریق نظام آموزش رسمی - که روش اصلی و پایه‌ای است و دیگری از طریق رسانه‌ها. الان در مدارس ما از زمانی که به اسم «ساعت هنر» وجود دارد هم برای آموزش هنر و یا تشخیص علائق هنری دانش‌آموزان استفاده نمی‌شود، چه برسد به فعالیت‌های فوق برنامه. حال که در نظام آموزش ما این امر محقق نمی‌شود، سیاست‌گذاران می‌توانند از طریق رسانه‌ها این کار را انجام دهند؛ اما رسانه‌ها هم بیشتر به نقش تبلیغی‌شان توجه می‌کنند تا به نقش‌شان در ارتقاء ذائقه‌ی هنری مردم. در صورتی که اگر ذائقه‌ی هنری مردم ارتقاء پیدا بکند خودشان می‌توانند پیام‌های آثار هنری را درک کنند و دیگر لازم نیست رسانه‌ها مسائل را به آن‌ها دیکته کنند.

مشکلی که وجود دارد این است که منتقدان هنری حضور فعالی در عرصه‌ی رسانه‌ها می‌نمایند. آن‌ها بیشتر در حیطه‌ی کوچک جامعه‌ی هنری فعالیت می‌کنند تا در عرصه‌ی عمومی. شاید دلیل آن این باشد که نقاشی برای سیاست‌گذاران چندان نقش تبلیغی ندارد و شاید مستقیماً به مسائل روز ما نپردازد. حتی رسانه‌های خصوصی ما هم چون با نگاه ایدئولوژیک خاص خودشان به مسائل نگاه می‌کنند، خیلی سراغ نقاشی نمی‌روند، ولی تمام مجلات ما پر است از نقد فیلم. اگر منتقدان حضور جدی‌ای در رسانه‌ها داشته باشند، مردم از طریق آن‌ها با هنرمندان آشنا می‌شوند و سپس به واسطه‌ی شهرت هنرمند، آثار او هم مورد توجه قرار می‌گیرد.

آقای مریدی: می‌توان «آماتورها» را هم بر مواردی که تاکنون به عنوان حلقه‌ی واسطه میان عوام مشتاق و هنرمندان بر شمرده‌ایم، اضافه کرد؛ کسانی که به طور تفننی به نقاشی می‌پردازند، و بخش زیادی از کسانی که خریدار آثار هنری و منتقد آن هستند را شامل می‌شوند. نهادها می‌توانند با تمرکز روی این افراد و تشکیل دپارتمان‌هایی مخصوص آماتورها، به تقویت آنان بپردازند، که این امر سبب افزایش سواد بصری در جامعه می‌شود.

ویژگی‌های نقاشی عامه‌پسند

فارغ از مشکلات بیرونی که در مسیر مردمی کردن هنر وجود دارد، خود اثر هنری باید چه ویژگی‌هایی داشته باشد تا مردم بیشتر به آن توجه کنند؟ مثلاً چرا آثار استاد فرشچیان مورد اقبال واقع می‌شود، ولی مردم با نقاشی‌هایی با سبک‌های انتزاعی و مدرن کمتر ارتباط برقرار می‌کنند؟

دکتر کامرانی: متنی که مخاطب در آن قرار دارد، در هنری که او می‌پسندد بسیار مؤثر است؛ یعنی هم‌نوایی‌ای که مردم با آثاری مانند آثار استاد فرشچیان دارند چندان به خود اثر ارتباط ندارد، بلکه بیشتر به سبب تبلیغاتی است که سبب شده است جبراً به آن توجه شود. اساساً فهم هنر نگارگری، که ریشه‌ی تصویری کارهای آقای فرشچیان است، بسیار کار دشواری است. البته آقای فرشچیان خود را نقاش معاصر می‌داند، نه نگارگر.

در تمام دنیا، مردم با سبک‌هایی که به رئالیسم و بازنمایی امر واقعی نزدیک‌تر است هم‌نوایی بیش‌تر و با سبک‌های انتزاعی، که بیشتر در هنر مدرن وجود داشت، هم‌نوایی کمتری دارند. هنر آستره برخلاف هنر مدرن در هنر معاصر کم‌تر است و نقاشان معاصر ما بیشتر فیگوراتیو

هستند، می‌توان کسانی را که به هنر انتزاعی علاقه‌ای ندارند را هم در شرایطی قرار داد که هنر انتزاعی را از غیر آن بیشتر پسندد. چنین کاری از رسانه‌ها برمی‌آید، چون ما اکنون فارغ از رسانه‌ها نمی‌توانیم به آثار هنری توجه کنیم. همان‌طور که برای پی بردن به لایه‌های زیرین غزل حافظ باید دانش ادبی داشت، درک آثار تجسمی هم دانش خاص خود را می‌خواهد. تازگی آثار برای مخاطب سبب می‌شود که او با آن آثار احساس نزدیکی نکند.

دکتر راودراد: لازمی برقرار شدن ارتباط آگاهانه‌ی مخاطب با آثار هنری، مثل لذت بردن از تماشای یک بازی، دانستن قواعد آن است؛ هرچند بدون آن هم ارتباط ناخودآگاه شکل می‌گیرد، و دیدن یک اثر به تجربه‌های بصری مخاطب اضافه می‌کند و تکرار این تجربیات سبب درک بهتر آن‌ها می‌شود. قواعد این بازی را منتقدان هنر باید به مخاطبان آموزش بدهند.

آقای مریدی: به نظر می‌رسد که می‌توانیم با سرمایه‌گذاری روی «هنر دکوراتیو» به عنوان حد واسطه‌ی که هم بسیاری از هنرمندان و هم عموم مردم به آن توجه می‌کنند، توجه به نقاشی را گسترش دهیم...

دکتر کامرانی: من با این لفظ موافق نیستم و آن را بحث خطرناکی می‌دانم. ما باید به جای اینکه بخشی از هنر را به عنوان شاخص معرفی کنیم، تلاش کنیم که به یک تنوع فرهنگی برسیم. باید اجازه بدهیم هنر با تمام تنوعش وجود داشته باشد و هر کس بتواند چیزی را که دوست دارد از میان آن انتخاب کند؛ ولی بگویم که سرمایه‌ترین یا پشروترین نوع هنر و هنرمندان کدام‌ها هستند. الان به خاطر تنوعی که در تعریف میلمان خانه به وجود آمده و دکوراسیون منزل اهمیت پیدا کرده است، نقاشی نیز مهم شده است. هر نوع دکوراسیونی اقتضای نقاشی خاصی را دارد، که الزاماً آن نقاشی دکوراتیو هم نیست و چه بسا نقاشی آستره با یک دکوراسیون هماهنگ‌تر باشد.

متأسفانه ما در این حوزه نیز به پتانسیل‌های عظیم نهفته در دانشگاه‌ها توجه نمی‌کنیم و قافیه را به رقیب می‌بازیم. الان مبل فروشی‌های بسیاری در شهر وجود دارد، ولی اکثر آن‌ها پر است از تابلوهای نقاشی کپی اصل و ارزان‌قیمت چینی، در حالی که می‌توانیم نقاشی‌های دانشجویان خودمان را، که آثارشان از آثار چینی بسیار اصیل‌تر است، در مبل فروشی‌ها به فروش برسانیم، که این کار به دانشجویان هم کمک زیادی می‌کند.

دکتر راودراد: از دید جامعه‌شناسی، هنر نشانه‌ی جامعه است؛ همان‌طور که مثلاً تپ نشانه‌ی بیماری است. مثلاً اگر در یک دوره هنر دکوراتیو در جامعه رشد کند، یک تلفیق از جامعه به وجود می‌آید، و اگر هنر انتزاعی در آن رشد کند، درک دیگری از آن جامعه پیدا خواهیم کرد. زمانی رابطه‌ی میان هنر و جامعه یک رابطه‌ی منطقی و قابل تحلیل جامعه‌شناختی است که آن تکراری که آقای کامرانی به آن اشاره کردند وجود داشته باشد؛ در آن صورت شاهد اقبال به یک نوع هنر از میان انواع گوناگون و برجسته شدن آن خواهیم بود.

جنبش‌های اجتماعی غرب با جنبش‌های هنری آن منطبق است؛ مثلاً زمانی که بیتل‌ها ظهور کردند، بحث جنبش جوانان مطرح بود. اما اینجا به دلیل کانالیزه شدن هنر، این انطباق وجود ندارد؛ مثلاً فیلم‌فارسی قبل از انقلاب چه شناختی از جامعه‌ی آن دوران به ما می‌دهد؟ یا آیا الان سینمای ما اصطلاح معناگرا چه نسبتی با جامعه‌ی ما دارد؟ ■

پی‌نوشت

- ۱- دانشیار گروه علوم ارتباطات، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران؛ دکتری جامعه‌شناسی از دانشگاه وسترن سیدنی استرالیا
- ۲- نقاش و مدرس دانشگاه هنر؛ فوق‌لیسانس نقاشی و دکتری پژوهش هنر از دانشگاه هنر
- ۳- دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز

دو نگاه

راودراد: در حال و هوای انقلاب و جنگ مردم از نقاشی‌های انتزاعی و فاقد معانی اجتماعی رویگردان شدند و نقاشی‌هایی با موضوعات مرتبط با اهداف انقلاب و در دوران جنگ با مضامینی چون ایثار و شهادت مورد توجه آنان قرار گرفت. اما سیاست‌گذاران به جای آنکه زمینه‌های ارتباط مردم با انواع نقاشی را فراهم کنند، به سینما، که عموم مردم به راحتی می‌توانستند با آن ارتباط برقرار کنند، توجه کردند.